

## **IKLAN LAYANAN MASYARAKAT KESELAMATAN DALAM BERKENDARA JALUR PANTURA DAN SEKITARNYA**

**Aristiawan Dimas Widisindia<sup>1</sup>**  
**Aileena Solicitor Costa Rica El Chidtian<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Mahasiswa, <sup>2</sup>Dosen Progdil Desain Komunikasi Visual  
Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Jl. Raya Rungkut Madya Gunung Anyar Surabaya 60294  
Telp/Fax. (031) 8782087

### **ABSTRAK**

Iklan layanan masyarakat keselamatan dalam berkendara sebenarnya sudah banyak dilakukan di berbagai kota, untuk mengurangi tingkat kecelakaan yang disebabkan oleh kecerobohan manusia dalam berkendara seperti tidak menaati peraturan lalu lintas. Tetapi iklan layanan masyarakat keselamatan dalam berkendara yang ada saat ini hanya lebih memperhatikan pengendara bermotor atau penegndara yang mengendarai mobil di dalam kota, untuk memperhatikan keselamatan sopir truk yang setiap harinya bekerja di jalan dan menempuh ratusan meter terlihat kurang sekali diperhatikan oleh karena itu pernacangan iklan layanan masyarakat ini lebih ditujukan untuk sopir sopir truk yang berada di sekitar jalur pantura Surabaya hingga Tuban dengan menggunakan media utama bak truk yang di berikan gambar mural berisi peringatan dan pentingnya keselamatan di jalan dengan pesan verbal yang humor dan tidak bersifat frontal. Bak truk disini digunakan sebagai media utama karena selama ini banyak sekali bak truk yang digunakan sebagai media gambar oleh pemilik atau sopir truk itu sendiri, dan ternyata dibalik semua gambar tersebut sebenarnya sopir-sopir truk ingin menggambarkan tentang kehidupan mereka seperti jarang ketemu keluarga atau anak istri mereka.

**Kata Kunci:** Iklan Layanan Masyarakat, Lukisan Bak Truk, Lalu Lintas

### **ABSTRACT**

*Advertising public service of safety riding actually has been done in different cities, many to reduce the level of accidents caused by human slovenliness in driving as disobeyed traffic rules. However public service safety in the drive that is currently only pay more attention to the motor or the motorist driving in the city, to pay attention to the safety of truckers who work every day in the way and attended hundreds of feet look less once therefore public service announcement this is more intended for the driver of the truck drivers who was around avitta Surabaya and Tuban using mainstream media given tailgate mural contains images of alert and the importance of the way of salvation with a verbal message of humor and non-frontal. A tub truck as a main designing's media was mainstream media it cause these inordinate dauntless truck used as a medium pictures by an owner or truck driver itself, and it turns out behind the image is actually truck drivers want to describe about their lives as rarely meet the family or the son of their wives.*

**Keyword:** Public Service Advertisements, Paintings Tub Truck, Traffic

## **I. PENDAHULUAN**

Mengerti akan semua peraturan berkendara merupakan sebuah hal yang harus dipahami oleh semua pengguna jalan terutama pengendara yang setiap harinya memulai aktifitasnya di jalan. Ada rambu-rambu lalu lintas dan marka jalan yang harus dimengerti oleh setiap pengendara, bila tidak kita patuhi atau bahkan kita langgar secara sengaja maka sanksinya bukan hanya surat tilang dari polisi lalu lintas tetapi bisa saja berakibat sebuah kecelakaan yang tentunya tidak hanya merugikan kita sendiri tetapi juga orang lain. Selain menaati rambu-rambu lalu lintas dan marka jalan ada juga beberapa hal yang harus kita lakukan seputar kelengkapan berkendara, seperti contohnya memakai helm Standar Nasional Indonesia (SNI), menyalakan lampu di pagi hari dan memakai jaket untuk keselamatan pengendara motor, memakai sabuk pengaman untuk pengendara mobil, yang telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 Tentang Lalu Lintas.

Tingkat kecelakaan yang ada bukan hanya di perkotaan tetapi juga di perbatasan kota atau jalur antar kota. Dalam dua tahun terakhir ini, kecelakaan lalu lintas di Indonesia oleh Badan Kesehatan Dunia (*WHO*) dinilai menjadi pembunuh terbesar ketiga, di bawah penyakit jantung koroner dan *tuberculosis (TBC)*. Data *WHO* tahun 2011 menyebutkan, sebanyak 67 persen korban kecelakaan lalu lintas berada pada usia produktif, yakni 22-50 tahun. Terdapat sekitar 400.000 korban di bawah usia 25 tahun yang meninggal di jalan raya, dengan rata-rata angka kematian 1.000 anak-anak dan remaja setiap harinya. Bahkan, kecelakaan lalu lintas menjadi penyebab utama kematian anak-anak di dunia, dengan rentang usia 10-24 tahun.

Media iklan layanan masyarakat tentang keselamatan dalam berkemudi tentu juga harus lebih diperhatikan bersama, sejak tahun 2010 pihak polisi lalu lintas selalu mengingatkan kepada semua pengendara agar selalu menaati peraturan yang ada di jalan tetapi sosialisasi tersebut kurang kreatif dikarenakan pihak polisi lalu lintas hanya menggunakan banner sebagai media visual di jalan. (Sumber: wawancara dengan polantas pada tanggal 27 desember 2013).

Setelah berjalan 3 tahun ini masyarakat mulai sedikit melupakan tentang keselamatan dalam berkemudi, oleh karena itu perancangan iklan layanan masyarakat ini saya buat dengan media yang lebih interaktif. Media yang digunakan adalah bak yang berada di belakang truk dan bodi mobil. Media ini sebenarnya sudah lama ada di Indonesia. Media ini adalah media lukisan pada sebuah bak truk. Tulisan ini sudah mirip rambu-rambu berjalan, mengingatkan kita untuk selalu berhati-hati dalam berkendara.

Inilah seni yang ingin dipertunjukkan pelukis bak truk, sebuah perwujudan ekspresi diri secara bebas di ruang publik. Media bak truk yang digunakan bisa menggantikan media iklan seperti billboard atau banner di jalan yang hanya bisa diletakkan di satu sisi jalan saja, tetapi bila iklan layanan masyarakat keselamatan dalam berkendara ini diletakkan pada bak truk tentu dapat membuat iklan ini bisa berada dimana saja dan ditemui oleh siapa saja yang berkendara di jalan.

## **II. METODE PERANCANGAN**

### **2.1. Definisi Operasional Judul**

Dalam perancangan ini judul yang diangkat adalah “Perancangan Komunikasi Visual Iklan Layanan Masyarakat Keselamatan Dalam Berkendara Jalur Pantura dan Sekitarnya” Yang membuat sebuah media pengingat bagi seluruh masyarakat pengguna jalan yang akan bepergian agar dapat selalu berhati-hati di jalan dan selalu menaati peraturan atau rambu-rambu lalu lintas yang berada di jalan. Media yang terpilih adalah media visual yang merupakan komunikasi dengan menggunakan visual, karena visual adalah salah satu media yang lebih mudah diserap dan diterima oleh setiap orang.

Komunikasi visual merupakan konsep komunikasi, ungkapan daya kreatif yang diimplementasikan dalam berbagai media komunikasi visual dengan mengelolah elemen desain grafis yang terdiri dari gambar/ilustrasi, huruf, warna, komposisi dan *layout* dalam perancangan visual ini media yang utama yang akan digunakan untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat adalah sebuah bak truk yang diberikan gambar visual dengan suatu karakter utama atau simbol yang akan menjadi sebuah panutan. Serta pesan secara singkat yang disampaikan melalui lukisan bentuk tipografi *vernacular*.

### **2.2. Kampanye**

Kampanye adalah tindakan mempengaruhi dengan cara apapun untuk membuat orang berpihak kepada kita. Terdapat beberapa definisi tentang kampanye, diantaranya:

1. Sebagai salah satu usaha yang terencana dan berjalan untuk memberikan informasi, mendidik, atau meyakinkan masyarakat untuk tujuan khusus.
2. Menggunakan berbagai lambang untuk mempengaruhi manusia sedemikian rupa sehingga tingkah laku yang ditimbulkan karena pengaruh tersebut sesuai dengan keinginan komunikator.

3. Rencana kegiatan komunikasi pemasaran yang berkesinambungan dan dilaksanakan berdasarkan suatu jadwal yang menunjukan suatu peran atau berbagai media (televisi, radio, majalah, surat kabar, dan film).
4. Kampanye publik merupakan aktifitas komunikasi di dalam menyampaikan pesan melalui jaringan saluran komunikasi secara terpadu, dan mengorganisir aktivitas komunikasi tersebut dengan tujuan menghasilkan dampak pada individu-individu dalam jumlah besar, dan atau kelompok masyarakat sesuai dengan target yang ingin dicapai, pada satuan waktu tertentu. (Sumber: <http://www.definisikampanye/Dr. Anta Venus, MA Comm.,> di akses pada tanggal 15 November 2013).

Dari definisi diatas maka dapat ditarik kesimpulan yaitu kampanye adalah aktivitas komunikasi yang terencana untuk memberikan informasi, mendidik, meyakinkan dan mempengaruhi individu-individu dalam jumlah besar atau kelompok masyarakat dengan menggunakan berbagai media (televisi, radio, majalah, surat kabar, dan lain sebagainya) agar memenuhi target yang ingin dicapai pada satuan waktu tertentu. Materi dan isi kampanye biasanya menyangkut :

- a. Tema, topik, dan isu apa yang diangkat ke permukaan agar mendapat tanggapan.
- b. Tujuan dari kampanye.
- c. Program atau perencanaan dalam kampanye.
- d. asaran dari kampanye yang hendak dicapai.

### **2.3. Komunikasi**

Kata komunikasi (*communication*) berasal dari bahasa latin “*communis*” yang berarti “*common*”:umum; bersama. Menurut Yongky Safanayong dalam buku Desain Komunikasi Visual Terpadu (2006:10), arti kata komunikasi adalah suatu proses pengiriman pesan yang terjadi antara dua pihak, seperti menggunakan tanda, isyarat serta lambang yang punya arti komunikasi sehingga masing-masing individu sama-sama mengartikan dan membentuk pemikiran secara umum atau perseorangan.

## 2.4. Komparator

Iklan layanan masyarakat untuk keselamatan dalam berkendara yang pernah dibuat oleh pihak kepolisian dan Dinas Perhubungan di Indonesia hanya berupa banner yang dipasang di beberapa titik jalan yang umumnya ramai akan pengendara di jalan, dengan menggunakan kata-kata yang unik seperti pantun-pantun yang lucu yang berarti mengingatkan untuk berhati-hati dalam berkendara dan taat akan kepada setiap rambu-rambu lalu lintas.

## 2.5. Peraturan Dasar Pengendara

Prinsip dasar pengendara adalah memperhatikan apa yang ada di depan mereka seperti memperhatikan kendaraan apa yang ada di depan mereka, memperhatikan rambu-rambu apa yang ada di depan mereka, dan memperhatikan kemana kendaraan yang ada di depan mereka pergi seperti melihat lampu *sein* atau *head lamp* lampu belakang agar dapat mengetahui mobil ini mengerem atau tidak.

## 2.6. Target Audiens

### Analisis Target Segmen

Jenis kelamin : Laki-laki dan Perempuan

Analisa : Target Audiens tidak dibatasi laki-laki atau perempuan saja, karena keduanya memiliki peluang untuk selalu mengemudikan kendaraan di jalan.

Usia : 21 – 40 tahun

Analisa : Target audiens yang dituju adalah seluruh pengguna jalan terutama *Driver/sopir truck*.

### Demografi target audiens

- Unisex
- Usia 21-40 tahun
- Masyarakat umum/pengguna jalan
- Tinggal di sepanjang jalur pantura contohnya Surabaya, Gresik, Lamongan, Tuban.

### Psikografis target audiens

- Masyarakat yang sering berada di jalan serta sering mengemudikan kendaraan di jalan.

### **Perilaku target audiens**

- Suka berada di jalan
- Bekerja di jalan/sopir
- Memilih untuk selalu berkendara sendiri.

### **III. KONSEP PERANCANGAN**

Selow bro dipilih sebagai *keyword* perancangan iklan layanan masyarakat keselamatan dalam berkendara. Tingkat kejenuhan di jalan yang disebabkan oleh banyaknya kemacetan di jalan karena jalan yang rusak, kendaraan yang mogok di tengah jalan dan kecelakaan mengakibatkan banyak pengendara yang secara tidak langsung mengalami stress ringan di jalan dan akhirnya memilih untuk berkendara lebih cepat agar sampai tujuan dengan cepat.

Perlunya dibuat sebuah perancangan iklan yang dapat selalu mengingatkan pengendara agar selalu berhati-hati dengan cara yang lebih humor dan lucu dapat membuat daya tarik yang lebih besar dan lebih mudah diingat. Media bak truk yang dipilih sebagai media utama dalam perancangan ini berfungsi agar media utama perancangan ini dapat ditemui dimana-mana terutama di jalur pantura, tidak seperti media iklan yang biasanya hanya bisa ditemui di satu titik tertentu.

Ditambah lagi dengan konsep media pendukung yang dibuat agar dapat diletakkan dan difungsikan disekitar pengendara yang sedang melakukan perjalanan dengan kendaraan mereka seperti bantalan mobil atau gantungan mobil yang berbentuk logo kampanye sosial yang tujuannya untuk tetap mengingatkan setiap pengemudi untuk selalu berhati-hati bila tidak menemui media utama iklan layanan masyarakat keselamatan berkendara yang dilukis pada bak truk.

#### **3.1. Logo**

Logo yang dibuat berdasarkan konsep media utama yaitu bak truk. Bagian belakang bak truk menjadi bentukan utama logo dan ditambahkan tulisan Selow Bro yang ditaruh pada plat nomer dan plat kir yang ada dibagian belakang truk.

### 3.2. Konsep Media

#### 3.2.1. Media Utama

Media utama yang akan digunakan dalam perancangan ini adalah bak truk, bak truk ini akan digambar sesuai tema perancangan, diberi logo perancangan iklan layanan masyarakat serta pesan atau kata-kata singkat yang menggunakan bahasa daerah jawa. Dalam perancangan ini bahasa jawa digunakan sebagai bahasa utama karena target iklan layanan masyarakat ini akan dilakukan sepanjang jalur pantura mulai Surabaya hingga Tuban. Lalu diletakkan pada bak truk agar lebih mudah dijumpai disaat berkendara, karena sangat jarang sekali di lokasi pantura billboard atau banner bisa diletakkan disana.

#### 3.2.2. Media pendukung

##### 1. Poster cetak

Karena dalam perancangan iklan layanan masyarakat ini poster akan mudah dilihat oleh *audiens*, pengendara yang mempunyai rasa tahu tinggi, ada sesuatu yang baru mereka pasti akan coba, dalam artian kalau poster pengendara akan mudah tertarik, dan poster bisa dijumpai dimana-mana sehingga pengendara sering melihat poster tersebut dan dapat mengingat gambar atau tulisan dalam poster tersebut.

##### 2. Banner

Banner yang diletakkan pada sekitar lampu lalu lintas akan dapat membuat pengendara tertarik untuk memperhatikan dan ingin tahu apa yang sedang disampaikan oleh banner tersebut. Sama seperti teknik *billboard* yang diletakkan pada perempatan jalan.

##### 3. Brosur

Melihat dari kebiasaan pengendara yang suka membaca koran disaat mereka beristirahat di jalan, warung kopi atau di pom bensin. Brosur termasuk salah satu media yang cocok bila diletakkan atau dibagikan di tempat-tempat peristirahatan pengendara, karena akan dapat menjadi sebuah pemicu pengendara untuk mengerti kampanye yang sedang dilakukan, dan mengerti akan pentingnya keselamatan di jalan.

##### 4. Gantungan Mobil

Gantungan pada mobil yang biasanya diletakkan pada spion tengah atau kaca mobil biasanya digunakan untuk menghibur atau menghias bagian dalam mobil, dalam kampanye keselamatan berkendara ini gantungan akan dibagikan apabila pengendara terlihat sopan dalam berkendara dan terlihat *safety riding*, gantungan

yang dibagikan berbentuk logo utama kampanye SELOW BRO. Agar masyarakat selalu mengingat pentingnya berhati-hati dalam berkendara dimanapun mereka berada.

5. Bantalan Mobil

Bantalan mobil biasanya digunakan untuk mengurangi rasa capek yang berlebihan akibat berkendara jarak jauh, beberapa pengendara biasanya menggunakan bantalan mobil ini dan diletakkan di belakang jok tepat di belakang bagian leher. Bantalan leher ini juga akan dibuat dengan bentuk logo utama SELOW BRO.

6. T-Shirt

T-Shirt sendiri dibuat untuk sebuah identitas keikutsertaan pengendara yang ada disekitar pantura untuk ikut meramaikan kampanye keselamatan berkendara SELOW BRO, T-Shirt ini akan dibuat dengan design-design tema kampanye keselamatan dan akan dibagikan kepada pengendara yang sopan dan selalu taat berkendara.

7. Clay

Hiasan pada dashboard mobil memang sering kita jumpai seperti boneka hewan atau manusia yang bisa bergoyang pada bagian kepalanya sampai hiasan yang terbuat dari clay. Dalam kampanye ini hiasan clay akan dibuat dari bentuk logo kampanye SELOW BRO berupa bak truk yang akan ditancapkan pada dashboard mobil atau truck. Tujuannya agar setiap pengendara selalu ingat untuk selamat berkendara.

### **3.3. Strategi Komunikasi**

Pesan Verbal yang disampaikan pada iklan layanan masyarakat keselamatan dalam berkendara ini adalah berupa pesan positif. Bukan lagi pesan bila kita mengebut di jalan akan kecelakaan tetapi sebuah pesan yang menunjukkan hasil positif yang akan kita dapatkan apabila kita menaati semua peraturan yang ada. Pesan yang disampaikan akan menggunakan bahasa jawa, atau bahasa daerah seperti bahasa yang sering digunakan oleh sopir truk di daerah pantura.

- Sopan di jalan tak ajak kenalan.
- Selow bro.
- Jenengku dowo salipen lek gak percoyo.
- Dalanku rusak akurapopo.
- Spionku ngilingno awakmu.



### 3.4. Konsep Visual

#### 3.4.1. Tipografi

Pada perancangan iklan layanan masyarakat ini tipe *font vernacular* yang bersifat bebas dalam bentuk dan warna seperti yang ada pada font yang biasanya digunakan pada penulisan bak truk atau tulisan pada banner warung. *Font vernacular* pada perancangan ini dibentuk berdasarkan lokasi perancangan yang ada di daerah pesisir pantai utara yang cenderung dengan pasir dan lautnya. Jadi *font vernacular* ini lebih berbentuk *font* yang *simple*, bebas dan menggunakan gaya sanserif.

#### 3.4.2. Warna

Warna yang dipakai untuk perancangan ini cenderung dengan warna terang dan pencampuran warna khas jalur-jalur pantura yang biasanya ada di jalan seperti biru atau orange. Seperti warna kebanggaan orang lamongan yaitu biru muda atau biru laut lalu warna khas pesisir yang identik dengan orange kecokelatan seperti warna pasir pantai.

#### 3.4.3. Studi Karakter

Karakter yang digunakan dalam iklan layanan masyarakat keselamatan dalam berkendara ini adalah seorang sopir truk yang humoris, taat aturan dan suka menyindir dengan cara humor untuk mengingatkan pendara lain untuk selalu menaati peraturan lalu lintas dan sopan di jalan. Dari 20 sopir truk yang diwawancarai, seorang sosok pak slamet sebagai sopir yang selalu melintasi jalur pantura diangkat sebagai *icon* karakter utama karena dianggap cocok dan sesuai seperti karakter yang diinginkan dalam perancangan ini.

## IV. KESIMPULAN

Laporan perancangan iklan layanan masyarakat keselamatan dalam berkendara jalur pantura dan sekitarnya adalah sebuah perancangan kampanye sosial yang ditujukan pada pengendara yang melintasi jalur pantura dan sekitarnya, terutama untuk target utama sopir truk. Dengan menggunakan observasi dan wawancara untuk mendalami fenomena yang telah ada perancangan ini disusun dan dibuat sebaik mungkin agar dapat mengurangi tingkat kecelakaan dan tingkat kecerobohan yang sering terjadi. Dalam perancangan ini media bak truk adalah media utama yang diangkat atau digunakan untuk iklan layanan

masyarakat, media bak truk dibuat agar dapat menggantikan media yang biasanya digunakan di jalan yaitu *billboard*.

Media bak truk yang sering dijumpai di jalan terutama di jalur pantura akan menjadi media utama iklan dan ditujukan untuk menarik perhatian masyarakat dan dapat lebih mudah diingat oleh masyarakat dan pengemudi yang melintas di jalur pantura. Serta membuat media pendukung lain yang sederhana tetapi dapat mudah diingat ketika diletakkan ditempat yang sesuai, seperti bantalan mobil, gantungan mobil, poster, sticker, banner, dan clay sebagai media pengingat lain ketika tidak ada bak truk disekitar.

## **KEPUSTAKAAN**

- Kasilo, Djito. 2008. *Komunikasi Cinta*. Jakarta: KPG (Kepustakaan Populer Gramedia)
- Tinarbuko, Sumbo. 2009. *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra
- Rustan, Surianto. 2009. *Layout (dasar dan penerapannya)*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada
- Safanayong, Yongky. 2006. *Desain Komunikasi Visual Terpadu*. Arte Intermedia

## **BIODATA PENULIS**

**Aristiawan Dimas Widisindia** lahir di Surabaya, 27 Agustus 1991. Menyelesaikan pendidikan D1 di Prodes Institute Teknologi Sepuluh Nopember jurusan Desain Produk pada tahun 2010 dan menyelesaikan S1 di Universitas Pembangunan Nasional “veteran” Jawa Timur, jurusan Desain Komunikasi Visual pada tahun 2014. Sebagai Desainer komunikasi visual, penulis memilih fokus pada bidang videografi dan fotografi.

**Aileena Solicitor C.R.E.C, ST., M.Des.** Lahir di Surabaya, 19 Januari 1987. Menyelesaikan pendidikan S1 jurusan Desain Komunikasi Visual pada fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan di Institut Teknologi Surabaya pada tahun 2010. Menyelesaikan Studi S2 jurusan Ilmu Desain Fakultas Seni Rupa dan Desain pada tahun 2013. Pada saat ini sedang menjalankan bisnis dalam bidang desain dan mengajar sebagai dosen program studi Desain Komunikasi Visual pada Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan di Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur sejak 2013-sekarang.

## LAMPIRAN



Gb.1. Logo Selow Bro dan Karakter Mengingatn Tentang Kondisi Jalan



Gb.2. Karakter Slamet dan Pesan verbal



Gb.3. Brosur Bagian Luar



Gb.4. Brosur Bagian Dalam



Gb.5. Poster



Gb.6. T-Shirt



Gb.7. Stand Pameran